

ОРГАНИЗАЦИЯ, УПРАВЛЕНИЕ И ЭКОНОМИКА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

МАТРИЦА BCG И МЕТОД ДИББА-СИМКИНА ПРИ АНАЛИЗЕ АПТЕЧНОГО АССОРТИМЕНТА

Адаменко Г.В., Алёсова В.А.

УО «Витебский государственный медицинский университет»

Введение. В современном функционировании фармацевтического бизнеса многие аптечные сети действуют по ассортиментному шаблону, стремясь таким образом достичь максимальной прибыли. Однако, не все организации могут добиться этого на практике. Основная проблема заключается в отсутствии маркетинговых исследований в области оптимизации аптечного ассортимента каждой аптеки индивидуально. Очень важно иметь возможность изучить ассортиментный портфель аптеки - выделить товарные группы, необходимые для удовлетворения потребности потребителей. В связи с этим особое значение приобретает изучение структуры ассортиментного портфеля с использованием различных методов.

Цель. Определить возможность использования матрицы BCG и метода Дибба-Симкина при анализе аптечного ассортимента.

Материал и методы. Для определения возможности использования матрицы BCG и метода Дибба-Симкина при анализе аптечного ассортимента проведен контент анализ информационного массива практического использования данных методов.

Результаты и обсуждение. Результаты исследования показали, что применение матрицы BCG (Boston Consulting Group) при анализе аптечного ассортимента позволит дать оценку продуктам аптечной сети, направлениям деятельности компании на фармацевтических субрынках, найти пути развития компании. Метод позволяет определить, какие аптечные товары будут самыми прибыльными, а также сконструировать долговечные стратегии развития каждой группы аптечного ассортимента. Применение матрицы BCG поможет уменьшить потери денежных средств путем сведения до минимума количества отказов, выявить пользующиеся малым спросом лекарственные средства и другие товары аптечного ассортимента, снизить затраты на хранение запасов. Преимуществами метода является наглядность, простота построения, объективность анализируемых параметров. Недостатком применения в анализе аптечного ассортимента данного метода является упрощение сложного процесса принятия решений, так как оцениваются только два параметра: относительная доля рынка и темп роста рынка.

В свою очередь метод Дибба-Симкина позволяет осуществить классификацию товаров, определиться с направлением развития товарной группы и определить различные пути оптимизации товарного ассортимента.

Важной составляющей данного типа анализа является учет нескольких факторов. Время присутствия товара на рынке. Учитывая жизненный цикл товара и уровень интереса к нему потребителей, можно изменить представление о перспективах роста его доходности. Например, если товар является новинкой, то не следует делать поспешных решений о том, что он не будет приносить прибыль через некоторое время. Возможно, потребители еще не успели оценить его по достоинству, и поэтому объемы продаж не соответствуют плановым. Однако через некоторое время ситуация может кардинально измениться, и продажи резко пойдут вверх. Информация о представленности данной продукции у конкурентов. Анализ ассортимента конкурентов – важный фактор

повышения конкурентоспособности. Если аналогичная ассортиментная позиция хорошо продается в соседней аптеке, следует задуматься над тем, почему она плохо продается у вас. Возможно, следует изменить выкладку или выделить товар ярким ценником. Рыночные тенденции. Например, популяризация здорового образа жизни обуславливает увеличение спроса на диетическое, лечебное питание. Использование данного метода позволит провести диагностику своего ассортимента таким образом, что аптека может определить направление развития ассортимента на ближайшее время, найти средства, которые повысят его прибыльность, разработать различные стратегии, направленные на сохранение или восстановления баланса своего портфеля.

Выводы. Совместная оценка матрицы BCG и матрицы по методу Дибба-Симкина дает возможность выделить стратегические группы и сформировать экономические стратегии управления ассортиментом.

Постоянный анализ ассортимента (не реже 1 раза в квартал) дает возможность спрогнозировать дальнейшее положение товара в аптечном ассортименте и разработать программу, направленную на устранение неблагоприятных тенденций. Более того, данные виды анализа позволяют сбалансировать ассортимент аптеки, определить потенциал текущего ассортиментного портфеля и разработать стратегии работы с ним. Идеальный вариант ассортиментного портфеля – это ассортимент, приносящий прибыль, и ассортимент, находящийся на стадии внедрения и роста.

Литература:

1. Белявский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз / И.К. Белявский. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 320 с.
2. Маркетинговые принципы оптимизации глубины ассортимента продукции / А. А. Алексеев // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2015. – № 6. – С. 4–12.
3. Управление ассортиментом товаров на торговых предприятиях современного формата / М. И. Дмитроченко [и др.] // Техничко-технол. проблемы сервиса. – 2013. – № 4. – С. 75–80.
4. Показатели и факторы формирования ассортимента : сб. науч. ст. / Тамбов. гос. ун-т им. Державина ; редкол.: Е. А. Прокофьева (отв. ред.) [и др.]. – Тамбов, 2016. – 88 с.
5. Портфельный анализ: матрица БКГ [Электронный ресурс] // Экономика фармации. Организация деятельности аптеки. – М., 2013. – Режим доступа: <http://www.esopharmacia.ru>. – Дата доступа: 24.11.2018.
6. Методы ассортиментной политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studwood.ru/901193/marketing/metody>. – Дата доступа: 23.11.2018.
7. Матрица Бостонской Консалтинговой Группы: подробный обзор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/bcg>. – Дата доступа: 22.11.2018.

УДК 614.2

МЕТОДИКА ИЗУЧЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВРАЧА-ОРГАНИЗАТОРА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ НА ЭТАПЕ ДОДИПЛОМНОЙ ПОДГОТОВКИ

Алфёрова М.В., Колосова Т.В., Шевцова В.В.

УО «Витебский государственный медицинский университет»

Введение. Эффективное функционирование системы здравоохранения на современном этапе во многом определяется качественной составляющей кадрового